

Cyfryzacja wydarzeń kulturalnych jako sposób na kontakt z kulturą w dobie pandemii COVID-19 oraz dalsze perspektywy¹

Digitisation of cultural events as a way of interacting with culture in the era of the COVID-19 pandemic and future prospects

DOI 10.25951/12962

Wstęp

Aby instytucje kultury mogły dotrzeć do publiczności w dobie pandemii COVID-19, konieczne stało się częściowe lub całkowite przenoszenie organizowanych wydarzeń do sieci internetowej (Kantor, Kubiczek 2021; Kuźlewska, Tomaszuk 2022). W warunkach panujących obostrzeń taka forma cyfryzacji stała się kluczowym sposobem na zapewnienie kontynuacji i dostępności kulturalnych doświadczeń dla publiczności na całym świecie (Bajak i in. 2021). Przeniesienie wydarzeń kulturalnych do przestrzeni wirtualnej nie tylko umożliwiło kontynuację kulturalnych doświadczeń, ale także wpłynęło na rozwój technologii i innowacji. Nowe platformy streamingowe i narzędzia komunikacji online były doskonałe, aby zapewnić jak najwyższą jakość przesyłania i interakcji (Ryan 2022). Wirtualne wydarzenia kulturalne stały się swoistym laboratorium eksperymentów artystycznych i technologicznych, prowadząc do dalszego rozwoju cyfrowej kultury. Ponadto możliwość organizacji wydarzeń w przestrzeni wirtualnej wpłynęła również znacząco na ekonomię kultury. Pomimo zamknięcia tradycyjnych miejsc kulturalnych (takich jak teatry, muzea i sale koncertowe) organizacja wydarzeń online umożliwiła artystom i instytucjom kulturalnym generowanie dochodów. Wirtualne bilety, subskrypcje strumieniowe i darowizny stały się ważnymi źródłami finansowania sztuki i kultury w trudnych czasach pandemii (Gierat-Biedroń 2021; Kantor, Kubiczek 2021; Decrop, Dumont 2023).

¹ Publikacja została dofinansowana ze środków subwencji przyznanej Uniwersytetowi Ekonomicznemu w Krakowie – projekt nr 038/ZZM/2022/PRO.

Głównym celem artykułu jest przedstawienie znaczenie cyfryzacji wydarzeń kulturalnych jako sposobu na kontakt z kulturą w dobie pandemii COVID-19 oraz po zakończeniu obostrzeń z nią związanych. Dotychczasowe doświadczenia związane z cyfryzacją kultury wskazują, że wirtualne narzędzia i technologie mogą zostać zintegrowane w proces tworzenia i prezentacji sztuki w celu zwiększenia jej dostępności. Prawdopodobnie wydarzenia kulturalne będą coraz częściej integrować świat rzeczywisty i cyfrowy. Artyści będą korzystać z nowych technologii, takich jak sztuczna inteligencja, generatywne modele, wirtualna rzeczywistość lub interaktywne instalacje, aby tworzyć nowatorskie i angażujące doświadczenia dla publiczności. Tego typu innowacje mogą jeszcze efektywniej połączyć różne dziedziny sztuki, takie jak sztuka wizualna, muzyka, taniec czy teatr, w unikalne projekty interdyscyplinarne. Ponadto cyfryzacja wydarzeń kulturalnych umożliwia globalną współpracę i wymianę kulturową na szeroką skalę. To może prowadzić do większej różnorodności i wzajemnego zrozumienia między różnymi kulturami.

Cyfryzacja wydarzeń kulturalnych

Technologie informacyjno-komunikacyjne silnie oddziałują na kształt współczesnego świata i różnorodnych obszarów życia człowieka. Z każdą chwilą połączenia pomiędzy światem online i offline przybierają na sile, co znajduje odzwierciedlenie w nieustannie rosnącej liczbie generowanych danych (Statista 2022). Działalność w sieci internetowej prowadzi coraz więcej instytucji reprezentujących różnorodne gałęzie gospodarki. Środowisko internetowe cechuje globalny zasięg, interaktywność, szybkość i niski koszt przesyłania ogromnych ilości danych oraz sieciowe połączenia pomiędzy jego użytkownikami (Curran i in. 2012). W efekcie działalność w sieci różni się od funkcjonowania na rynku lokalnym. Wirtualne powiązania oraz interakcja pomiędzy internautami umożliwiają różnorodnym organizacjom dotarcie do szerszego grona konsumentów (Zhou i in. 2013). Postępujące w ten sposób zmiany nie ominęły sektora kultury, który pełni szczególnie istotną rolę w procesie ewolucji poznawczej – zarówno w kontekście indywidualnym, jak i społecznym (Graham 2012, Kaczmarek 2018, Wróblewski 2018).

Cyfryzacja wydarzeń kulturalnych to proces częściowego lub całkowitego przenoszenia tradycyjnych wydarzeń, takich jak koncerty, wystawy sztuki czy spektakle teatralne, do przestrzeni wirtualnej. Obejmuje to wykorzystanie nowoczesnych technologii, platform internetowych i narzędzi cyfrowych do prezentacji, promocji i udostępniania kultury oraz sztuki szerokiemu spektrum odbiorców. Przez wiele lat wydarzenia kulturalne odbywały się głównie w fi-

zycznym miejscu, z ograniczonym zasięgiem geograficznym i ograniczeniami dotyczącymi liczby uczestników (Tama i in. 2023). Jednakże w dobie internetu kultura stała się dobrem „na wyciągnięcie ręki” i może w niej uczestniczyć każdy, niezależnie od swojego statusu materialnego, miejsca zamieszkania i sprawności fizycznej (Manczak, Bajak 2020). Tendencje w zakresie digitalizacji nie ominęły wydarzeń kulturalnych. Obecnie można wyróżnić trzy podstawowe formy:

- wydarzenia offline – odbywające się wyłącznie w środowisku rzeczywistym,
- wydarzenia online – realizowane jedynie przy wykorzystaniu sieci internetowej,
- wydarzenia hybrydowe – łączące świat online i offline, część wydarzenia odbywa się w warunkach rzeczywistych, zaś część w internetowych.

Przyczyn cyfryzacji wydarzeń kulturalnych można upatrywać w różnorodnych zjawiskach. Po pierwsze, technologiczny rozwój umożliwił stworzenie infrastruktury, która wspiera przekształcenie wydarzeń kulturalnych w wirtualne doświadczenia. Wzrost prędkości internetu, rozwój platform streamingowych, narzędzi interaktywnych i wirtualnej rzeczywistości otworzyły nowe możliwości prezentacji i udziału w wydarzeniach kulturalnych online (Evans-Cowley, Hollander 2010, Simons 2019). Dzięki temu wydarzenia mogą być transmitowane na żywo lub są dostępne on-demand, a widzowie mogą uczestniczyć w nich z dowolnego miejsca na świecie (Couldry i in. 2009). Jednocześnie istotna jest potrzeba adaptacji branży kulturalnej do zmieniających się oczekiwań publiczności (Kolb 2013; Barnes, McPherson 2019). Wraz z rozwojem technologii coraz większa liczba ludzi oczekuje dostępu do kultury i sztuki w sposób elastyczny i wygodny. Cyfryzacja umożliwia poszerzenie zasięgu wydarzeń, dotarcie do nowych grup odbiorców i dostarczenie kultury do tych, którzy wcześniej mieli na nią ograniczony dostęp z powodu odległości geograficznych, ograniczeń czasowych czy fizycznych (Mihelj 2019, Auslander 2022). Należy jednak podkreślić, że to właśnie pandemia COVID-19 była kluczowym czynnikiem, który przyspieszył proces cyfryzacji wydarzeń kulturalnych (Galkin, Parfenova 2022). Zamknięcie miejsc kulturalnych i wprowadzenie restrykcji społecznych spowodowało konieczność znalezienia alternatywnych sposobów prezentacji kultury (Agostino i in. 2020; Peñarroya-Farell, Miralles 2022). Konieczne było przystosowanie wydarzeń kulturalnych do nowej rzeczywistości, a cyfryzacja stała się nie tylko opcją, ale często jedynym sposobem na kontynuowanie działalności. Dzięki transmisjom online, koncertom streamingowym, wirtualnym wystawom czy spektaklom teatralnym, kultura nadal była dostępna dla publiczności, a twórcy mieli możliwość zarobienia na swojej pracy (Radermecker 2021,

Petroniec i in. 2022). Przykład SARS-CoV-2 pokazał, że w przypadku braku odpowiednich zabezpieczeń imprezy masowe mogą przyczynić się do gwałtownego rozprzestrzeniania się wirusów (Mohanty i in. 2020). Ich rozmiar, zasięg i znaczenie sprawiają, że każde zakłócenie – czy to pochodzące z wewnątrz imprezy, czy z zewnątrz – może stać się katastrofalne w skutkach pomimo stosowania się do wytycznych (Ahmed, Memish 2020). W przypadku tego typu sytuacji optymalnym rozwiązaniem pod kątem zapewnienia bezpieczeństwa publiczności może być ograniczanie liczebności widowni poprzez częściowe lub całkowite przeniesienie wydarzeń do przestrzeni wirtualnej. Zalety tej formy wydarzeń doceniane są przez jej organizatorów nie tylko ze względu na bezpieczeństwo uczestników. Jako najważniejsze zalety imprez online, świadczące o ich przewadze nad imprezami offline, wskazują oni (Lively 2020):

- większy zasięg (50%),
- mniejszy koszt organizacji (33%),
- większą łatwość organizacji (11%).

Jednocześnie taka forma realizacji wydarzeń wzbudza wiele wątpliwości. Badania polskiej publiczności festiwalu, realizowane w 2015 roku, wskazały, że uczestnicy najbardziej cenią dobrą organizację imprezy, klimat miejsca, w którym się ona odbywa oraz jej treści artystyczne i edukacyjne (Poprawski i in. 2015). Realizacja tych aspektów wydarzenia jest znacznie utrudniona w przypadku transmisji wydarzenia za pośrednictwem internetu.

Wydarzenia kulturalne w Polsce w trakcie epidemii Covid-19

Należy zauważyć, że translokacja heterogenicznych obszarów życia ludzkiego do środowiska online została przyspieszona wskutek pandemii COVID-19. Stanowi to następstwo potrzeby zachowania dystansu społecznego, jak również konieczności odbywania kwarantanny w celu ograniczenia lub spowolnienia rozprzestrzeniania się choroby (Bruns i in. 2020, s. 327–328). Według raportu z lipca 2020 roku, ruch internetowy w następstwie epidemii wzrósł o około 30% (ITU 2020). Taki stan rzeczy nie pozostał bez wpływu na branżę kulturalną, kreatywną oraz rozrywkową. Znaczna część instytucji z tego obszaru była zależna od fizycznej obecności odbiorców – w miejscach, przestrzeniach i doświadczeniach wymagających bliskości (Harper 2020, s. 93), jednakże w konsekwencji ograniczeń związanych z pandemią, wiele z nich podjęło decyzję o dostosowaniu części swoich zbiorów i udostępnieniu ich w formie online. Umożliwiono również korzystanie za darmo z niektórych zasobów, których użytkowanie wymagało do tej pory płatnej subskrypcji

(Oyelude 2020). Szczególny wymiar w dobie pandemii przyjęła jednak organizacja różnorodnych wydarzeń. Jak zauważono, kultura już wcześniej przenosiła się do przestrzeni wirtualnej, jednak to pandemia COVID-19 zaimplikowała konieczność przystosowania się do nowej rzeczywistości (Kopeć, Tuszyński 2021) i upowszechnienia elektronicznych narzędzi transmisji różnorodnych wydarzeń, w efekcie zaś przyczyniła się do przeniesienia ich znacznej liczby do sieci internetowej. Motywacją dla organizacji tego typu imprez pomimo pandemii były podstawowe potrzeby człowieka i jego „głód” kultury (Liang, Li 2020), zaś przestrzeń wirtualna stała się bezpieczną płaszczyzną do ich zaspokajania w tym trudnym czasie.

Należy jednak zaznaczyć, że to właśnie wydarzenia kulturalne motywują swoich uczestników do odwiedzenia miejsca, w którym się odbywają, poprzez dobór unikalnych działań mających zaspokoić ich potrzeby oraz zrealizować założony cel imprezy (Salem i in. 2004). W związku z tym odgrywają znaczącą rolę w rozwoju, turystyce i działaniach marketingowych danego miasta lub regionu (Getz 2008). Jednym z miast, które jest ważnym punktem na mapie wydarzeń kulturalnych, nie tylko z punktu widzenia Polski, ale i Europy, jest Kraków. W badaniach The Cultural and Creative Cities Monitor jest on najlepiej oceniany pod względem „cultural vibrancy” ze wszystkich polskich miast (European Commission 2017). Przykładowo wśród publiczności festiwali odbywających się na terenie Krakowa niemalże 30% uczestników stanowią osoby przyjezdne. Dla znaczącej ich części dana impreza kulturalna jest powodem przyjazdu do miasta (Krakowskie Biuro Festiwalowe 2017). Według badań Wydziału Kultury i Dziedzictwa Narodowego Urzędu Miasta Krakowa (2020), zrealizowanych we współpracy z Małopolskim Instytutem Kultury i Miejskim Centrum Dialogu, ze względu na pandemię 76% respondentów reprezentujących różne typy podmiotów działalności kulturalnej zmuszonych było odwołać lub przesunąć w czasie organizowane wydarzenia, a 54% badanych oszacowało spadek przychodów o ponad 75% w trakcie czterech pierwszych miesięcy pandemii.

Organizacja wydarzeń kulturalnych, ze względu na dużą liczbę osób biorących w nich udział, wymaga dużej dbałości o zdrowie i bezpieczeństwo ich uczestników. Organizatorzy muszą być przygotowani na sytuacje kryzysowe (Rutherford-Silvers 2013; Getz, Page 2016). Nie można było jednak przewidzieć ani przygotować się na skutki wybuchu pandemii COVID-19 (Davies 2020). Na początku pandemii odwołanie lub przełożenie wydarzeń kulturalnych było preferowaną decyzją w związku z ryzykiem transmisji wirusa SARS-CoV-2 (Ahmed, Memish 2020; McCloskey i in. 2020). Innym optymalnym rozwiązaniem, które było chętnie stosowane w trakcie obostrzeń związanych

z pandemią, było częściowe lub całkowite przeniesienie imprezy do sieci internetowej. Ponadto wiele państw, w tym Polska (tab. 1), wprowadziło konkretne wytyczne dla organizatorów tego typu wydarzeń. Spowodowało to, że rynek kulturalny w Polsce funkcjonował w trakcie pandemii COVID-19 na zasadzie zamrażania/odmrażania (Gajda, Gierat-Biedroń 2021). Badania rynku instytucji kultury w Polsce wskazują, że ponad 50% organizacji zaczęło organizować wydarzenia online, których wcześniej nie praktykowano (Buchner i in. 2021).

Tabela 1. Obostrzenia w Polsce dotyczące stacjonarnego uczestnictwa w wydarzeniach kulturalnych w związku z pandemią COVID-19

Termin	Obostrzenia
Przed 12.03.2020	Brak obostrzeń dla branży kulturalnej i rozrywkowej.
12.03.2020–16.06.2020	Zawieszenie organizacji wydarzeń kulturalnych i rozrywkowych w przestrzeni rzeczywistej.
6.06.2020–16.07.2020	Umożliwienie organizacji imprez kulturalnych i rozrywkowych pod warunkiem udostępnienia co drugiego miejsca na widowni w pomieszczeniach (liczba uczestników nie może przekraczać 50% dostępnych miejsc siedzących), a w przypadku imprez plenerowych w wydarzeniach może uczestniczyć maksymalnie 150 osób.
17.07.2020–16.10.2020	Zniesienie limitu 150 osób podczas wydarzeń w przestrzeni otwartej. Od 25 lipca konieczne zachowanie dystansu 1,5 metra pomiędzy uczestnikami w miejscach bez wyznaczonej widowni.
17.10.2020–6.11.2020	Ograniczenie widowni wydarzeń kulturalnych i artystycznych do 25% widowni, przy zachowaniu dystansu minimum 1,5 metra.
7.11.2020–11.02.2021	Brak możliwości organizacji jakichkolwiek wydarzeń kulturalnych i rozrywkowych w przestrzeni rzeczywistej.
12.02.2021–19.03.2021	Ograniczenie widowni wydarzeń kulturalnych i artystycznych do 50% widowni, przy zachowaniu dystansu minimum 1,5 metra.
20.03.2021–14.05.2021	Brak możliwości organizacji jakichkolwiek wydarzeń kulturalnych i rozrywkowych w przestrzeni rzeczywistej.
14.05.2021–20.05.2021	Możliwość organizowania wydarzeń z udziałem publiczność wyłącznie na otwartym powietrzu. Ograniczenie widowni wydarzeń kulturalnych i artystycznych do 50% widowni, przy zachowaniu dystansu minimum 1,5 metra.

21.05.2021–25.06.2021	Możliwość organizowania wydarzeń z udziałem publiczność w pomieszczeniach. Ograniczenie widowni wydarzeń kulturalnych i artystycznych do 50% widowni, przy zachowaniu dystansu minimum 1,5 metra.
26.06.2021–30.11.2021	Ograniczenie widowni wydarzeń kulturalnych i artystycznych do 75% widowni, przy zachowaniu dystansu minimum 1,5 metra. Limity nie dotyczą osób zaszczepionych.
01.12.2021–14.12.2021	Ograniczenie widowni wydarzeń kulturalnych i artystycznych do 50% widowni, przy zachowaniu dystansu minimum 1,5 metra. Limity nie dotyczą osób zaszczepionych.
15.12.2021–27.02.2022	Ograniczenie widowni wydarzeń kulturalnych i artystycznych do 30% widowni, przy zachowaniu dystansu minimum 1,5 metra. Limity nie dotyczą osób zaszczepionych.
Od 28.02.2022	Brak limitów i ograniczeń w instytucjach kultury.

Źródło: opracowanie własne

Podczas pierwszych miesięcy pandemii instytucje kultury zmagaly się z licznymi wątpliwościami dotyczącymi organizacji zaplanowanych wydarzeń. European Festival Association na przełomie kwietnia i maja 2020 roku przeprowadziło badania wśród organizatorów 208 festiwali odbywających się na terenie Europy, między innymi w Polsce. Większość z badanych nie potrafiła z pewnością wskazać konkretnych planów wydarzenia ani jego ostatecznej daty. Przełożenie wydarzenia zadeklarowało 77% badanych (w tym 36% na późniejszy termin w bieżącym roku), jednak znaczna część respondentów nie posiadała w tym kierunku precyzyjnych ustaleń. Ponadto 57% osób wyrażało niepewność, czy wydarzenie dojdzie do skutku nie tylko w 2020 roku, ale również 2021 roku (European Festival Association 2020). W podjęciu ostatecznej decyzji dotyczącej formuły wydarzenia mogły pomóc prowadzone badania. Niemieccy naukowcy podjęli na przykład próbę określenia ryzyka rozprzestrzeniania się COVID-19 podczas imprez masowych o charakterze kulturalnym i sportowym. Uzyskane wyniki pozwoliły na sformułowanie następujących wniosków (Moritz i in. 2021):

- przestrzeganie zasad higieny ogranicza ryzyko zachorowania i negatywny wpływ na rozszerzanie się pandemii w wyniku uczestnictwa w wydarzeniu kulturalnym,
- słaba wentylacja przyczynia się do zwiększenia ryzyka rozprzestrzeniania się wirusa,

- największe zagrożenie infekcją ma miejsce przed i po wydarzeniu oraz w trakcie przerw np. pomiędzy koncertami.

Kwestie te są szczególnie istotne dla organizatorów wydarzeń kulturalnych, którzy w większości (82%) dostrzegają w formie online co najwyżej uzupełnienie imprez odbywających się w przestrzeni rzeczywistej (41%) lub wręcz sprowadzają ich rolę wyłącznie do rozwiązania na czas pandemii (41%) (Lively 2020). Optymalnym rozwiązaniem mogą okazać się wydarzenia hybrydowe. Według spostrzeżeń przedstawicieli kultury, taka formuła organizacji imprez znacząco ułatwia uczestnictwo odbiorcom z odległych miejsc, co znajduje odzwierciedlenie w statystykach (Buchner i in. 2021). Może być to więc sygnał, że taki model powinien być kontynuowany również obecnie, gdy kultura wraca do stanu sprzed pandemii. W roku 2022 przestały obowiązywać ograniczenia dla organizacji wydarzeń kulturalnych, w związku z czym ośrodki kultury, kluby i świetlice zorganizowały o 45,2% więcej imprez (227,3 tys.) niż w 2021 roku (156,6 tys.). Jest to również o 88,1% więcej niż w 2020 roku (120,9 tys.), ale nadal mniej niż w 2019 roku (243,8 tys.) (GUS 2023).

Korzyści i zagrożenia wynikające z cyfryzacji kultury

Transformacja cyfrowa ma ogromny wpływ na kulturę i sztukę, wprowadzając nowe możliwości, wyzwania i zmiany we współczesnym krajobrazie kulturalnym. Przede wszystkim znacząco zmieniła sposób dystrybucji i dostępności kultury. Dzięki internetowi i platformom streamingowym dzieła sztuki i wydarzenia kulturalne mogą być łatwo udostępniane i docierają do szerokiej publiczności na całym świecie (Valtysson 2010, Lavender 2016). To zwiększa dostępność kultury i możliwości jej odkrywania przez osoby posiadające różnorodne ograniczenia – na przykład fizyczne, przestrzenne czy czasowe (Mihelj i in. 2019, Auslander 2022).

Cyfryzacja pozwala również na zwiększenie dostępności dzieł sztuki, dokumentów historycznych, archiwów muzycznych i wielu innych elementów dziedzictwa kulturowego, które mogłyby być zagrożone zniszczeniem lub utratą w przypadku ich wzmożonej ekspozycji w przestrzeni rzeczywistej (Góral 2012; Korotusz-Mirecka, Mucha 2019). W efekcie sprzyja to powstawaniu nowych możliwości badawczych, edukacyjnych i twórczych (Fluda-Krokos 2019). Natomiast organizowanie wydarzeń online oraz hybrydowych ułatwia dotarcie do kultury odbiorcom zagranicznym i mieszkańcom małych miast (Buchner i in. 2021).

Innym ważnym aspektem postępującej transformacji jest cyfryzacja procesu twórczego. Rozwój technologii wirtualnych umożliwia artystom eksplorację nowych form ekspresji i tworzenie interaktywnych, wielomediálních dzieł sztuki. Technologia cyfrowa stwarza środowisko, w którym sztuka może być prezentowana i doświadczana w sposób interdyscyplinarny i zintegrowany. Wirtualna i rozszerzona rzeczywistość, sztuczna inteligencja, internet rzeczy – to tylko kilka przykładów nowych narzędzi, które artystom pozwalają na tworzenie innowacyjnych i eksperymentalnych dzieł sztuki (Bădin 2018; Gianini, Bowen 2019). Twórcy mogą łączyć te elementy w nowe, złożone formy wyrazu, które przekraczają granice tradycyjnych dyscyplin artystycznych. Co więcej, internet i media społecznościowe umożliwiają również angażowanie publiczności w proces twórczy, a także większą interakcję i partycypację w kulturze. Społeczności online, grupy dyskusyjne, fora internetowe stwarzają przestrzeń do wymiany poglądów, współtworzenia treści i angażowania się w różne projekty kulturalne (Russo 2011; Özdemir, Çelebi 2017; Szczepaniak 2018). Publiczność może więc być aktywnym uczestnikiem procesu twórczego i mieć wpływ na rozwój kultury (Edmond 2015; Barnes, McPherson 2019). Z kolei przełamywanie tradycyjnego podziału na twórców i odbiorców, możliwość współtworzenia treści i angażowania się w projekty kulturalne przyczyniają się do większej demokratyzacji i różnorodności kultury, co otwiera nowe perspektywy i potencjał dla rozwoju sztuki i kultury w społeczeństwie.

Wraz z korzyściami wynikającymi z cyfryzacji kultury pojawiają się jednak różnorodne zagrożenia i trudności. Największe wyzwanie stanowią nowe oczekiwania i nawyki konsumpcji kultury. Instytucje kultury muszą dostosować swoje oferty i sposoby komunikacji do preferencji cyfrowych odbiorców (Kolb 2013; Barnes, McPherson 2019). Powinny rozwijać interaktywne platformy, tworzyć treści multimedialne i angażujące doświadczenia online, aby utrzymać uwagę i zainteresowanie publiczności. Równie istotny jest rozwój i utrzymanie infrastruktury technologicznej, dostęp do odpowiednich narzędzi cyfrowych, cyberbezpieczeństwo oraz zdolność do ciągłego dostosowywania się do oczekiwań odbiorców względem nowych technologii (Giannini, Bowen 2019; Bajak 2021). Wymaga to zwiększonej współpracy i wymiany danych między sektorem kultury a przedsiębiorstwami dostarczającymi rozwiązania informatyczne (Pietroni 2019). Transformacja cyfrowa wymusza nieustanny rozwój standardów, protokołów i platform, które umożliwiają prowadzenie interakcji z odbiorcami, udostępnianie i integrację cyfrowych zasobów, tak aby tworzyć większe i bardziej zintegrowane ekosystemy kultury.

Ważną kwestią są również wyzwania związane z prawami autorskimi, ochroną danych osobowych, etyką cyfrową i bezpieczeństwem informacji (De La Porte, Higgs 2019). Instytucje kultury muszą respektować prawa twórców, zapewnić prywatność użytkowników i przestrzegać wysokich standardów etycznych w swoich działaniach cyfrowych (Aksin-Sivrikaya, Bhattacharya 2017; Valtysson, 2017). W związku z tym konieczne są inwestycje w systemy zarządzania treścią, digitalizację zbiorów, ochronę praw autorskich i tworzenie odpowiednich procedur zarządzania cyfrowymi danymi (Thylstrup 2019). Jednocześnie transformacja cyfrowa wymusza na sektorze kulturalnym adaptację do nowych modeli biznesowych (Giannini, Bowen 2019; Pesce i in. 2019). Wzrost znaczenia streamingowych platform muzycznych, serwisów VOD czy crowdfundingu wprowadzie otwiera nowe możliwości finansowania i dystrybucji kultury (Valtysson 2010; Vallejo, Taillibert 2023), ale pojawiają się również pytania dotyczące sprawiedliwości i wynagradzania twórców w cyfrowej rzeczywistości (Gillespie 2010; Arditi 2021).

Postpandemiczne podejście do organizacji wydarzeń kulturalnych

Postpandemiczne podejście do organizacji wydarzeń kulturalnych jest kształtowane przez doświadczenia i wnioski wyciągnięte z okresu pandemii COVID-19. Po wielu miesiącach ograniczeń i zamknięcia miejsc kulturalnych, branża kulturalna zmierza do ożywienia i ponownego nawiązania kontaktu z publicznością. Jednak w obliczu nadal istniejącego ryzyka związanego z rozprzestrzenianiem się nowych mutacji wirusa oraz innych turbulentnych wydarzeń współczesnego świata, konieczne jest podejście elastyczne, odpowiedzialne i innowacyjne, które uwzględni zarówno bezpieczeństwo, jak i rozwój kultury (Monaco 2021). Nie można zaprzeczyć, że branża kulturalna stała się bardziej elastyczna i zdolna do adaptacji. Twórcy i organizatorzy wydarzeń nabyli umiejętności związane z cyfryzacją, komunikacją online i kreatywnym podejściem do tworzenia i prezentowania sztuki. Pandemia przyspieszyła również rozwój technologii i innowacji w obszarze kultury, co otwiera nowe możliwości i narzędzia dla przyszłych wydarzeń (Arditi 2021, Decter i in. 2022). W związku z tym można spodziewać się, że cyfryzacja kultury będzie nadal zyskiwać na znaczeniu (Sasin 2021) nie tylko w kontekście bezpieczeństwa publiczności, ale przede wszystkim jej komfortu.

Pojawia się wniosek, że postpandemiczne podejście do organizacji wydarzeń kulturalnych musi uwzględniać zarówno aspekty bezpieczeństwa, jak i rozwoju kultury. Hybrydowy model wydarzeń, zaangażowanie społeczności lokalnych,

zrównoważony rozwój oraz wykorzystanie zdobytej wiedzy i umiejętności z okresu pandemii są kluczowymi elementami tego podejścia (Puspasari 2021). Jest to okazja do tworzenia innowacyjnych, interaktywnych i dostępnych dla wszystkich wydarzeń kulturalnych, które będą odgrywać ważną rolę w ożywianiu społeczności, tworzeniu więzi i rozwoju kultury w czasach po pandemii (Choi, Kim 2021; Goodman 2022). Wydarzenia hybrydowe okazały się skutecznym rozwiązaniem nie tylko w trakcie pandemii, ale również obecnie pozostają jedną z perspektywicznych form zapewniania dostępności kultury (Desiere, Meyer 2022; Piccioni 2023; Smits 2023). Po okresie ograniczeń związanych z pandemią, część publiczności może nadal preferować uczestnictwo w wydarzeniach zdalnie, ze względu na obawy zdrowotne czy po prostu wygodę. Wydarzenia hybrydowe pozwalają na kontynuację dostarczania kultury i sztuki tym osobom, które nie są jeszcze gotowe lub nie mają fizycznie możliwości uczestniczenia w wydarzeniach.

Ponadto wydarzenia hybrydowe mogą stanowić pewne zabezpieczenie w przypadku ewentualnych restrykcji czy zmian sytuacji epidemicznej. Jeśli kiedykolwiek jeszcze wystąpią ograniczenia dostępności lub zamknięcie miejsc publicznych, organizatorzy wydarzeń mają już gotowe narzędzia i doświadczenie, aby szybko przenieść wydarzenie do przestrzeni online i umożliwić kontynuację bez większych przestojów (Decter i in. 2022). Wzrost powszechności szerokopasmowego internetu, rozwój platform transmisyjnych, narzędzi interaktywnych i wirtualnej rzeczywistości otwierają nowe możliwości dla twórców i organizatorów (Pietroni 2019). Istnieje coraz większe zapotrzebowanie na wysokiej jakości transmisje na żywo, interaktywne sesje dyskusyjne, wirtualne wystawy i koncerty. Dlatego można oczekiwać, że postpandemiczne podejście do wydarzeń hybrydowych będzie kontynuowane i rozwijane.

Korzyści hybrydowego modelu konfrontowane są z pewnymi wyzwaniem. Organizatorzy muszą dbać o jakość transmisji online, zapewniać stabilne połączenia internetowe i wysoką jakość dźwięku i obrazu (Arditi 2021). Ponadto konieczne jest zapewnienie interaktywności i zaangażowania publiczności online, aby nie czuli się oni wykluczeni czy mniej istotni niż uczestnicy obecni na miejscu (Choi, Kim 2021; Monaco 2021). Ważne jest również, aby hybrydowy model wydarzeń nie prowadził do marginalizacji osób bez dostępu do technologii cyfrowych lub osób o słabszych kompetencjach technologicznych. Konieczne jest podejmowanie działań, które zmniejszą cyfrowe nierówności i umożliwią uczestnictwo wszystkim grupom społecznym. To może obejmować dostęp do publicznych punktów korzystania z internetu, szkolenia z obsługi narzędzi technologicznych, edukację medialną czy też tworzenie środków wspierających odbiór kultury przez osoby z niepełnosprawnościami.

Podsumowanie

Transformacja cyfrowa wywiera ogromny wpływ na kulturę, zmieniając sposób, w jaki wydarzenia są organizowane, doświadczane i udostępniane publiczności (Decter i in. 2022). Jednocześnie cyfryzacja imprez kulturalnych, będąca odpowiedzią na pandemię COVID-19, stała się sposobem na zachowanie kontaktu z kulturą w czasach ograniczeń i izolacji społecznej (Galkin, Parfenova 2022; Peñarroya-Farell, Miralles 2022). Przeniesienie wydarzeń do przestrzeni wirtualnej umożliwiło dostęp do różnorodnych treści kulturalnych z dowolnego miejsca na świecie, zwiększyło dostępność dla osób z niepełnosprawnościami oraz otworzyło nowe możliwości dla artystów i twórców.

Wydarzenia hybrydowe łączą tradycyjne formy kulturalne z innowacyjnymi technologiami, co przynosi liczne korzyści, takie jak większa interaktywność, angażowanie publiczności, możliwość dostosowania treści do indywidualnych preferencji oraz tworzenie nowych połączeń między różnymi dziedzinami sztuki i innymi obszarami (Pietroni 2019). W erze cyfrowej publiczność może stać się aktywnym uczestnikiem procesu twórczego i mieć wpływ na rozwój kultury poprzez współtworzenie treści, udział w projektach partycypacyjnych oraz wyrażanie swoich opinii i preferencji (Lavender 2016).

Podsumowując, transformacja cyfrowa wprowadziła głębokie zmiany w organizacji wydarzeń kulturalnych. Wykorzystanie technologii wirtualnych, hybrydowe modele organizacji imprez, a także problematyka ochrony praw autorskich, zaangażowania publiczności i mierzenia się z trudnościami postpandemicznymi stanowią kluczowe kwestie w tym kontekście (Decter i in. 2022). Pomimo wyzwań, cyfryzacja kultury otwiera również nowe możliwości, pozwalając na szeroki dostęp do kulturalnych treści, interaktywność, personalizację i twórczą współpracę. Instytucje kultury muszą być elastyczne, innowacyjne i gotowe do adaptacji, aby wykorzystać pełen potencjał transformacji cyfrowej i kontynuować rozwój kultury w nowej rzeczywistości.

BIBLIOGRAFIA

- Agostino D., Arnaboldi M., Lampis A. (2020), *Italian state museums during the COVID-19 crisis: from onsite closure to online openness*, „Museum Management and Curatorship”, 35 (4), s. 362–372, doi:10.1080/09647775.2020.1790029.
- Ahmed Q.A., Memish Z.A. (2020), *The cancellation of mass gatherings (MGs)? Decision making in the time of COVID-19*, „Travel Medicine and Infectious Disease”, 34, doi:10.1016/j.tmaid.2020.101631.

- Aksin-Sivrikaya S., Bhattacharya C.B. (2017), *Where digitalization meets sustainability: opportunities and challenges*, „Sustainability in a Digital World: New Opportunities Through New Technologies”, s. 37–49.
- Arditi D. (2021), *Streaming Culture: Subscription platforms and the unending consumption of culture*, Bingley: Emerald Group Publishing.
- Auslander P. (2022), *Liveness: Performance in a mediatized culture*, Abingdon: Taylor & Francis.
- Bajak M. (2021), *Wykorzystanie beaconów w komunikacji marketingowej*, Warszawa: PWE.
- Bajak M., Manczak I., Sanak-Kosmowska K. (2021), *Organizacja festiwalu filmowych w dobie pandemii COVID-19*, w: A. Konior, O. Kosińska, A. Pluszyńska (red.), *Badania w sektorze kultury: przyszłość i zmiana* (s. 109–133), Wydawnictwo Attyka, Kraków 2021.
- Bădin A.L. (2018), *New ways of interacting with culture consumers through cultural services marketing using big data and IoT*, „Proceedings of the International Conference on Business Excellence”, 12 (1), s. 93–102, doi:10.2478/picbe-2018-0010.
- Barnes P., McPherson G. (2019), *Co-creating, Co-producing and connecting: Museum practice today*, „Curator: The Museum Journal”, 62 (2), s. 257–267, doi:10.1111/cura.12309.
- Buchner A. i in. (2021), *Kultura w pandemii. Raport z badania*, https://centrumcyfrowe.pl/wp-content/uploads/sites/16/2021/04/Raport_Kultura_w_pandemii.pdf (data dostępu: 09.12.2023).
- Choi B., Kim J. (2021), *Changes and challenges in museum management after the COVID-19 pandemic*, „Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity”, 7 (2), 148, doi:10.3390/joitmc7020148.
- Couldry N., Hepp A., Krotz F. (eds.) (2009), *Media events in a global age*, Abingdon: Routledge.
- Curran J., Fenton N., Freedman D. (2012), *Misunderstanding the Internet*, Abingdon: Routledge.
- Davies K. (2020), *Festivals Post Covid-19*, „Leisure Sciences” 43 (1–2), s. 184–189, doi:10.1080/01490400.2020.1774000.
- De La Porte B., Higgs R. (2019), *Challenges in digitisation of cultural heritage material in the Western Cape, South Africa*, „South African Journal of Information Management”, 21 (1), s. 1–11.
- Decrop A., Dumont N. (2023), *Innovations in COVID times: which lessons to learn for the cultural industry?*, „Journal of Marketing Management”, 39 (5–6), s. 373–388, doi:10.1080/0267257X.2023.2205424.
- Decter A.Y., Semmel M.L., Yellis K. (eds.) (2022), *Change is Required: Preparing for the Post-pandemic Museum*, Lanham: Rowman & Littlefield.

- Desiere N., Meyer P. (2022), *How to Design Tomorrow's HYBRID Culture*, [w:] Cloots A. (red), „Hybride Arbeitsgestaltung”, Wiesbaden: Springer Gabler, doi: 10.1007/978-3-658-36774-9_9.
- Edmond M. (2015), *All platforms considered: Contemporary radio and transmedia engagement*, „New Media & Society”, 17 (9), 1566–1582, doi:10.1177/1461444814530245.
- European Festival Association (2020), *Festivals' needs and commitments. Report on the occasion of the COVID-19 survey April – May 2020*, Brussels: European Festival Association.
- Evans-Cowley J., Hollander J. (2010), *The new generation of public participation: Internet-based participation tools*, „Planning Practice & Research”, 25 (3), s. 397–408, doi:10.1080/02697459.2010.503432.
- Fluda-Krokos A. (2019), *Dziedzictwo kultury druku XV-XVIII w. w zasobach cyfrowych – rekonesans*, „Perspektywy Kultury”, 26 (3), s. 169–186, doi:10.35765/pk.2019.2603.13.
- Gajda K., Gierat-Bieroń B. (2021), *Procesy transformacyjno-reorganizacyjne w sektorze kultury jako odpowiedź na kryzys pandemiczny COVID-19*, w: A. Konior, O. Kosińska, A. Pluszyńska (eds.), *Badania w sektorze kultury: przyszłość i zmiana* (s. 109–133), Wydawnictwo Attyka, Kraków 2021.
- Galkin K., Parfenova O. (2022), *The network society in the 'new normal times': Crisis digitalization and adaption of cultural organizations in the COVID-19*, „Current Sociology”, 00113921221129317, doi:10.1177/0011392122112931.
- Getz D. (2008), *Event tourism: Definition, evolution, and research*, „Tourism Management”, 29 (3), s. 403–428, doi:10.1016/j.tourman.2007.07.017.
- Getz D., Page S.J. (2016), *Event studies: theory, research and policy for planned events*, Abingdon: Routledge.
- Gillespie T. (2010), *The politics of 'platforms'*, „New Media & Society”, 12 (3), s. 347–364, doi:10.1177/1461444809342738.
- Giannini T., Bowen J.P. (2019), *Museums and Digital Culture: New perspectives and research*, Cham: Springer International Publishing.
- Goodman C. (2022), *The future of museums: The post-pandemic transformation of experiences and expectations*, w: *Transitioning media in a post covid world: Digital transformation, immersive technologies, and consumer behavior*, (s. 115–127), Cham: Springer International Publishing.
- Góral A. (2012), *E-dziedzictwo–potencjał cyfryzacji w zakresie zachowania ciągłości przekazu niematerialnego dziedzictwa kulturowego*, „Zarządzanie w Kulturze”, 13 (1), s. 87–100.
- Graham B. (2012), *Transforming museums in the twenty-first century*, Routledge: London – New York.

- GUS (2023), Kultura i dziedzictwo narodowe w 2022 r., https://stat.gov.pl/download/gfx/portalinformacyjny/pl/defaultaktualnosci/5493/2/20/1/kultura_i_dziedzictwo_narodowe_w_2022_roku.pdf (data dostępu: 10.12.2023).
- Harper G. (2020), *Creative industries beyond COVID-19*, „Creative Industries Journal”, 13 (2), doi:10.1080/17510694.2020.1795592.
- Kaczmarek J. (2018), *Muzeum jako przestrzeń sztuki, pamięci i dialogu. Przypadek najmniejszego muzeum świata. Pogranicze*, „Studia Społeczne”, 34, s. 45–63.
- Kantor A., Kubiczek J. (2021), *Polish culture in the face of the COVID-19 pandemic crisis*, „Journal of Risk and Financial Management”, 14 (4), 181, doi:10.3390/jrfm14040181.
- Kolb B.M. (2013), *Marketing for cultural organizations: New strategies for attracting audiences*, Abingdon: Routledge.
- Kopeć E., Tuszyński M. (2021), *Makro i mezoekonomiczne skutki pandemii oraz znaczenie innowacji w czasie pandemii koronawirusa (COVID19) – przegląd wybranych badań empirycznych*, „Perspektywy Kultury”, 35 (4), s. 185–198, doi:10.35765/pk.2021.3504.12.
- Korotusz-Mirecka A., Mucha M. (2019), *Zjawisko e-kultury w dobie przemian kulturowych współczesnego społeczeństwa. Wybrane aspekty w opinii środowiska akademickiego*, „Zeszyty Naukowe Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Witelona w Legnicy”, 1 (30), s. 133–143.
- Kuźlewska E., Tomaszuk M. (2022), *European human rights dimension of the online access to cultural heritage in times of the COVID-19 outbreak*, „International Journal for the Semiotics of Law-Revue internationale de Sémiotique juridique”, 35 (3), s. 1067–1079, doi:10.1007/s11196-020-09712-x.
- Lavender A. (2016), *Performance in the Twenty-first Century: Theatres of engagement*, Abingdon: Routledge.
- Lively (2020), *Eventy online – live experience i jeszcze więcej*, https://lively.pl/2020-07-05_raport_lively_4.pdf (data dostępu: 10.09.2023).
- Manczak I., Bajak M. (2020), *Beacony w muzeach: przypadek osób z niepełnosprawnościami sensoryczną*, „Studia Pedagogiczne”, 36, s. 65–83, doi:10.25951/4380.
- McCloskey B. i in. (2020), *Mass gathering events and reducing further global spread of COVID-19: a political and public health dilemma*, „The Lancet”, 395, doi:10.1016%2FS0140-6736(20)30681-4.
- Mihelj S., Leguina A., Downey J. (2019), *Culture is digital: Cultural participation, diversity and the digital divide*, „New Media & Society”, 21 (7), s. 1465–1485, doi:10.1177/14614448188228.
- Monaco S. (2021), *Tourism, Safety and COVID-19: Security, Digitization and Tourist Behaviour*, Abingdon: Routledge.
- Moritz S. i in. (2021), *The risk of indoor sports and culture events for the transmission of COVID-19*, „Nature Communications”, 12 (1), 5096, doi:10.1038/s41467-021-25317-9.

- Özdemir G., Çelebi D. (2017), *A social media framework of cultural museums*, „Advances in Hospitality and Tourism Research”, 5 (2), s. 101–111, doi:10.30519/ahtr.375248.
- Peñarroya-Farell M., Miralles F. (2022), *Business model adaptation to the COVID-19 crisis: Strategic response of the Spanish cultural and creative firms*, „Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity”, 8 (1), 39, doi:10.3390/joitmc8010039.
- Pesce D., Neirotti P., Paolucci E. (2019), *When culture meets digital platforms: value creation and stakeholders' alignment in big data use*, „Current Issues in Tourism”, 22 (15), s. 1883–1903, doi:10.1080/13683500.2019.1591354.
- Petroniec J., Rokosz-Lempart K., Sołtys A.K. (2022), *Wpływ pandemii na funkcjonowanie wybranych instytucji kultury w Krakowie i Katowicach*, „Studies of the Industrial Geography Commission of the Polish Geographical Society”, 36 (3), s. 78–92.
- Piccioni N. (2023), *From physical to metaversal events: An exploratory study*, „Italian Journal of Marketing”, 2023(2), 119–134.
- Pietroni E. (2019), *Experience design, virtual reality and media hybridization for the digital communication inside museums*, „Applied System Innovation”, 2 (4), 35, doi:10.3390/asi2040035.
- Poprawski M. i in. (2015), *Oddziaływanie festiwali na polskie miasta. Studium kompetencji kadr sektora kultury oraz synergii międzysektorowej*, Poznań: Związek Miast Polskich.
- Puspasari S. (2021), *Constructing Smart Digital Media for Museum Education Post Pandemic Recovery: A Review and Recommendation*, „2021 International Conference on Informatics, Multimedia, Cyber and Information System”, s. 238–243, doi:10.1109/ICIMCIS53775.2021.9699345.
- Radermecker A.S.V. (2020), *Art and culture in the COVID-19 era: for a consumer-oriented approach*, „SN Business & Economics”, 1 (1), 4, doi:10.1007/s43546-020-00003-y.
- Russo A. (2011), *Transformations in cultural communication: Social media, cultural exchange, and creative connections*, „Curator: The Museum Journal”, 54 (3), s. 327–346, doi:10.1111/j.2151-6952.2011.00095.x.
- Rutherford-Silvers J. (2013), *Risk management for meetings and events*, Abingdon: Routledge.
- Ryan J.M. (ed.) (2022), *COVID-19: Cultural Change and Institutional Adaptations*, Abingdon: Taylor & Francis.
- Sasin M. (2021), *Upowszechnianie sztuki w internecie w czasie pandemii COVID-19 – między nadmiernym pesymizmem a hurraoptymizmem*, „Studia Pedagogiczne. Problemy społeczne, edukacyjne i artystyczne”, 39, s. 37–48, doi:10.25951/4800.

- Simons I. (2019), *Events and online interaction: The construction of hybrid event communities*, „Leisure Studies”, 38 (2), s. 145–159, doi:10.1080/02614367.2018.1553994.
- Smits R. (2023), *Disruption in times of COVID-19? The hybrid film festival format*, „Cultural Trends”, 33(3), s. 309–323, doi:10.1080/09548963.2023.2193872.
- Soto-Acosta P. (2020), *COVID-19 pandemic: Shifting digital transformation to a high-speed gear*, „Information Systems Management”, 37 (4), s. 260–266, doi:10.1080/10580530.2020.1814461.
- Statista (2022), Volume of data/information created, captured, copied, and consumed worldwide from 2010 to 2020, with forecasts from 2021 to 2025, <https://www.statista.com/statistics/871513> (data dostępu: 10.09.2023).
- Szczepaniak M. (2018), *Cyfryzacja jako główny czynnik wpływu na nowe formy współczesnej sztuki a ich przynależność do kategorii kultury artystycznej*, „Biuletyn Biblioteki Jagiellońskiej”, (68), s. 151–165.
- Tama B.A. i in. (2023), *Quantitative Analysis of Cultural Dynamics Seen from an Event-based Social Network*, „arXiv preprint”, 2306.06176.
- Thylstrup N.B. (2019), *The politics of mass digitization*, Cambridge: MIT Press.
- Vallejo A., Taillibert C. (2023), *Finding allies in pandemic times: Documentary film festivals and streaming platforms*, w: *Rethinking film festivals in the pandemic era and after* (s. 101–127), Cham: Springer International Publishing.
- Valtysson B. (2010), *Access culture: Web 2.0 and cultural participation*, „International Journal of Cultural Policy”, 16 (2), s. 200–214, doi:10.1080/10286630902902954.
- Valtysson B. (2017), *From policy to platform: the digitization of Danish Cultural Heritage*, „International Journal of Cultural Policy”, 23 (5), s. 545–561, doi:10.1080/10286632.2015.1084300.
- Wróblewski Ł. (2018), *Consumer behaviour in the market of cultural services*, „American Journal of Arts Management”, 1, s. 1–13.
- Wydział Kultury i Dziedzictwa Narodowego Urzędu Miasta Krakowa (2020), *Krakowska kultura w czasie pandemii COVID-19 – opracowanie wyników badania*, <https://www.bip.krakow.pl/plik.php?zid=309551&wer=0&new=t&mode=shw> (data dostępu: 10.12.2023).
- Zhou L., Zhang P., Zimmermann H.D. (2013), *Social commerce research: an integrated view*, „Electronic commerce research and applications”, 12 (2), s. 61–68, doi:10.1016/j.elelap.2013.02.003.

STRESZCZENIE

Pandemia COVID-19 wywarła ogromny wpływ na życie społeczne i kulturalne. Światowe obostrzenia i lockdowny spowodowały czasowe zamknięcie teatrów, muzeów, kin i innych miejsc kultury. Jednak dzięki rozwojowi technologii i cyfryzacji możliwe stało się częściowe lub całkowite przeniesienie wielu wydarzeń kulturalnych do przestrzeni wirtualnej. Działania te miały znaczący wpływ na dostępność kultury nie tylko w kontekście bezpieczeństwa, ale też innych barier. Ograniczenia przestrzenne i fizyczne, takie jak liczba miejsc, czy możliwość podróży do konkretnego miejsca, przestały być przeszkodą dla uczestnictwa w wydarzeniach. Osoby z różnych zakątków świata mogły oglądać te same spektakle, odwiedzać muzea czy uczestniczyć w koncertach. Cyfryzacja wydarzeń kulturalnych pozwoliła na osiągnięcie szerszej publiczności i propagowanie kultury na globalną skalę. Głównym celem artykułu jest przedstawienie znaczenia cyfryzacji wydarzeń kulturalnych jako sposobu na kontakt z kulturą w dobie pandemii COVID-19 oraz po zakończeniu obostrzeń z nią związanych.

SŁOWA KLUCZOWE: cyfryzacja kultury; wydarzenia hybrydowe; wydarzenia online; pandemia COVID-19; wydarzenia kulturalne

SUMMARY

The COVID-19 pandemic has had a huge impact on social and cultural life. Worldwide restrictions and lockdowns have resulted in the temporary closure of theatres, museums, cinemas and other cultural venues. However, thanks to the development of technology and digitisation, it has become possible to move many cultural events partially or completely into the virtual space. These developments have had a significant impact on the accessibility of culture, not only in terms of security, but also other barriers. Spatial and physical limitations, such as the number of seats or the ability to travel to a particular venue, were no longer an obstacle to attending events. People from different corners of the world could watch the same performances, visit museums or participate in concerts. The digitisation of cultural events made it possible to reach a wider audience and promote culture on a global scale. The main objective of this paper is to present the importance of the digitisation of cultural events as a way to contact culture in the era of the COVID-19 pandemic and after the end of the restrictions associated with it.

KEYWORDS: digitisation of culture; hybrid events; online events; COVID-19 pandemic; cultural events

MARIA BAJAK – Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie

Pedagogika / Pedagogy

Przysłano do redakcji / Received: 14.09.2023

Data akceptacji do publikacji / Accepted: 15.12.2023